

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA QHCC – TT

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	TRUYỀN THÔNG TRỰC TUYẾN		
Mã học phần:	71ONCM40572	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	241_71ONCM40572_01		
Hình thức thi: Tiểu luận có thuyết trình	Thời gian làm bài:	1	Phút/ ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	ĐỊNH DẠNG: PDF TÊN FILE: MA LOP_TEN NHOM_BAI CUOI KY		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TieuLuanThuyetTrinh

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (***nén lại và đặt mật khẩu file nén***) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhật Linh).

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CLO01	Thiết kế các phương án hoạt động, cách tổ chức hoạt động truyền thông đa phương tiện và các sản phẩm trong truyền thông trực tuyến	Thi cuối kỳ	25%	Tiêu chí 2	2.5	PI 3.2,A
CLO02	Vận dụng tư duy phản biện, tư duy sáng tạo để lập luận, phân tích và giải quyết vấn đề truyền thông trực tuyến trong bối cảnh đa dạng	Thi cuối kỳ	25%	Tiêu chí 1	2.5	PI 5.1,A
CLO03	Sử dụng hiệu quả kỹ thuật đa phương tiện, lời nói, văn bản để thiết kế, sản xuất các sản phẩm trong truyền thông trực tuyến	Thi cuối kỳ	25%	Tiêu chí 3	2.5	PI 6.1,A
CLO04	Tổ chức hoạt động truyền thông trực tuyến cho cá nhân và tổ chức	Thi cuối kỳ	25%	Tiêu chí 4	2.5	PI 7.1,A

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Hoàn thiện nội dung chiến lược truyền thông số đã thành lập trong bài giữa kỳ bằng các ấn phẩm

Tạo ra chuỗi sản phẩm truyền thông kỹ thuật số dựa trên ý tưởng chiến lược đã được phát triển trong học phần (mô hình PESO).

Yêu cầu:

- + Mỗi nhân tố của mô hình PESO cần có ít nhất một sản phẩm truyền thông. (**Ít nhất phải có một sản phẩm video trong bài**)
- + Giải thích thông điệp muốn truyền tải cho từng sản phẩm truyền thông mà nhóm bạn tạo ra.
- + Mô tả mục tiêu bạn muốn đạt được cho từng sản phẩm truyền thông mà bạn tạo ra (Ví dụ: lượt xem; ROI; phạm vi tiếp cận; chia sẻ;....)

2. Hướng dẫn thể thức trình bày

Yêu cầu:

- **Báo cáo thuyết trình**
- Thời gian thuyết trình: max 15 phút
- Định dạng thuyết trình MS PowerPoint, tối đa 40 slides
- Key visual & concept đồng nhất, rõ ràng
- Các nhóm có thể sáng tạo trong cách trình bày (trang phục, posm) để phần thuyết trình thêm hấp dẫn
- Font chữ dễ đọc dễ nhìn, hỗ trợ tiếng Việt

3. Rubric và thang điểm

CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CỦA RUBRIC	TRỌNG SỐ CỦA MỖI TIÊU CHÍ	PHÂN LOẠI			
		Tốt	Khá	Trung bình	Yếu
		Từ 8 – 10 điểm	Từ 6 - dưới 8 điểm	Từ 4 - dưới 6 điểm	Dưới 4 điểm
1.Nội dung chuỗi ý tưởng	25%	Có ý tưởng độc đáo, sáng tạo trong chuỗi sản phẩm nội dung số. Đầy đủ các sản phẩm truyền thông trực tuyến theo yêu cầu.	Có ý tưởng mới trong chuỗi sản phẩm nội dung số. Có ¾ sản phẩm truyền thông trực tuyến theo yêu cầu.	Tính sáng tạo không cao, không có ý tưởng mới trong nội dung. Có ½ tổng số sản phẩm truyền thông theo yêu cầu.	Dưới ½ tổng số sản phẩm truyền thông theo yêu cầu

2.Kế hoạch sản xuất sản phẩm digital media	25%	Có kế hoạch sản xuất nội dung rõ ràng và cụ thể, áp dụng kiến thức đã học vào việc lập kế hoạch nội dung	Có kế hoạch sản xuất nội dung rõ ràng, vận dụng trung bình kiến thức đã học vào việc lập kế hoạch nội dung	Không có kế hoạch để tạo ra nội dung hoàn chỉnh, việc vận dụng kiến thức đã học vào nội dung kế hoạch còn hạn chế	Kế hoạch nội dung sản xuất còn sơ sài, chưa vận dụng kiến thức đã học vào kế hoạch.
3. Chất lượng series sản phẩm truyền thông trực tuyến	25%	Chất lượng sản phẩm tốt, đảm bảo các yêu cầu về mặt kỹ thuật.	Chất lượng sản phẩm khá tốt, đảm bảo 7/10 các yêu cầu về mặt kỹ thuật.	Chất lượng sản phẩm chưa tốt, các yêu cầu về mặt kỹ thuật bị hạn chế.	Chất lượng sản phẩm kém, không đảm bảo các yêu cầu về mặt kỹ thuật.
4. Tiến độ hoàn thành sản phẩm truyền thông trực tuyến	25%	Đúng deadline	Trễ 1-2 ngày	Trễ 3-5 ngày	Trễ hơn 5 ngày

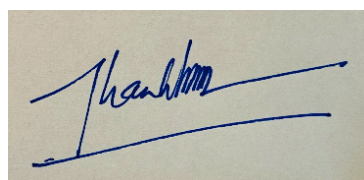
TP. Hồ Chí Minh, ngày 05 tháng 11 năm 2024

Người duyệt đề



ThS. Lưu Thị Kim Tuyền

Giảng viên ra đề



ThS. Nguyễn Thanh Lâm